

TPE 217  
TESIS  
3640

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Licenciatura en Periodismo

# TESINA

*Los nuevos espacios con la consolidación de los debates  
en las redes sociales: el caso Twitter*

**Análisis de la participación de Periodismo Para Todos en  
Twitter**



REALIZADA POR: **Soragni, Cristian Sebastián**

DIRECTOR DE LA CARRERA DE PERIODISMO: **Prof. Lic. Ana Laura García Luna**

TUTOR DE LA TESINA: **Lic. Juan Marcos Bouthemy**

ASESOR METODOLÓGICO: **Prof. Leonardo Cozza**

ASIGNATURA: **Tesina**

CÁTEDRA: **Prof. Lic. Erica Walter**

Buenos Aires, agosto de 2014

MAIL: [Cristian.soragni@gmail.com](mailto:Cristian.soragni@gmail.com)

TELÉFONO: 1564436696

Abstract

La siguiente tesis monográfica trata sobre los nuevos espacios de participación generados en las redes sociales y el rol de los emisores de los medios periodísticos tradicionales en esos entornos.

Durante el desarrollo del trabajo se estudia a la plataforma Twitter, su evolución y sus primeros efectos en la sociedad. El análisis de la tesina se centra en el programa periodístico de televisión argentino *Periodismo Para Todos* y sus mensajes en esa red social.

El programa utilizó Twitter para llegar a su audiencia y generar nuevos espacios de circulación de su contenido. En esta tesina se revisaron las prácticas de *Periodismo Para Todos* en Twitter en uno de sus momentos de mayores mediciones de audiencia (el comienzo de su segunda temporada en 2013), según los estándares que dicta la misma red social.



Palabras clave:

- |                 |                       |
|-----------------|-----------------------|
| Espacio público | Participación         |
| Redes sociales  | Debates               |
| Twitter         | Periodismo Para Todos |

*A Carmen y Aquiles, por la incondicionalidad.*

*A Juan, por el aguante y la dedicación.*



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

# ÍNDICE



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

<b>ABSTRACT</b>	2
<b>INTRODUCCIÓN</b>	6
<b>CAPÍTULO 1 - Del ágora a las redes sociales</b>	
1.1 Espacio público y privado	13
1.2 Redes sociales	17
1.3 Acontecimientos en Redes sociales	21
<b>CAPÍTULO 2 - Twitter</b>	
2.1 Creación de Twitter	29
2.2 Postulados básicos	31
2.3 Buenas prácticas	38
2.4 Trending Topics	42
2.5 Twitter en Argentina	45
<b>CAPÍTULO 3 - Periodismo Para Todos</b>	
3.1 Periodismo Para Todos	50
3.2 Rating	53
3.3 Emisiones 2013	55
<b>CAPÍTULO 4 - En busca de la participación</b>	
4.1 Periodismo Para Todos y Twitter	64
4.2 Análisis de la Misión y Buenas Prácticas	87
<b>CONCLUSIONES</b>	98
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	103
<b>ANEXOS</b>	I a XVI
<b>RESEÑA</b>	1 a 10

---

# INTRODUCCIÓN

---



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

En la actualidad existen varios medios de comunicación que permiten un *feedback* inmediato entre emisores y receptores, lo que genera un circuito de comunicación donde estos roles se mezclan constantemente. Entre ellos, y como más contemporáneos, se encuentran las redes sociales, que adquirieron gran importancia en los últimos años.

La presente investigación parte de la premisa, que las nuevas tecnologías, puntualmente las redes sociales, cambian la forma de circulación de los mensajes. Eliseo Verón, reconocido sociólogo argentino, realizó varios análisis sobre el comportamiento de los nuevos medios. En uno de ellos afirmó que las redes sociales generan un cambio en las condiciones de circulación de los mensajes, y que ese cambio recién está comenzando.

Las redes sociales reactivan permanentemente la pregunta sobre el vínculo social [...]. En la medida en que el dispositivo de la Red permite a cualquier usuario producir contenido y teniendo en cuenta además que, por primera vez, el usuario tiene el control del <switch> entre lo privado y lo público, podemos empezar a hacernos una idea de la complejidad y la profundidad de los cambios en curso. Los procesos de la circulación son el nuevo gran campo de batalla, y esa guerra apenas ha comenzado<sup>1</sup>.

A partir de esto, se buscará analizar, desde un caso particular, cómo se generan nuevos espacios de interacción entre las personas a través de las redes sociales, puntualmente Twitter.

Primero, se realizará una breve introducción sobre la evolución de los espacios públicos y privados a lo largo del tiempo, para después llegar a la aparición de las redes sociales y explicar cómo se desarrollaron los primeros acontecimientos que marcaron un antes y un después en los nuevos medios de comunicación.

Los espacios público y privado, son temas de análisis desde antes de inventarse la imprenta. Como aparecerá en la investigación, desde épocas como la Antigua Grecia se diferenciaban los espacios de debate entre la sociedad o los ciudadanos.

Este punto será relevante para el análisis, ya que a medida que evolucionaban los medios de comunicación, distintos autores replantearon la formulación de estos espacios. En el caso de las redes sociales, son medios

---

<sup>1</sup>CARLÓN, Mario y FAUSTO NETO, Antonio, *Las políticas de los internautas*, Buenos Aires, La Crujía, 2012, p. 15.

contemporáneos que ameritan estudios de este tipo debido a la cantidad de usuarios que concentran.

Para establecer un contexto, se mostrarán acontecimientos que tuvieron su medio en redes sociales, es decir, que se dieron a conocer primeramente en estas plataformas.

Una vez planteado el marco de la investigación, será relevante analizar la historia de Twitter, desde su creación hasta cómo funciona, para saber cuáles son las herramientas que tiene para generar una plataforma de participación e integración entre distintos públicos.

Twitter es una de las redes que genera mayor impacto en la actualidad, con un total de cuatro millones y medio de usuarios activos en Argentina<sup>2</sup>, adquirió gran importancia para tratar algunos temas de actualidad. Por ese motivo, entre otros que serán desarrollados a lo largo de la investigación, fue la red social elegida para este análisis.

A partir de un programa de televisión argentina, se analizará el uso de Twitter para llegar al público. El programa elegido tiene alcance nacional, y, como aparecerá en los próximos capítulos, fue uno de los más populares del 2013 en la televisión argentina.

Para analizar esto, se plantearon los siguientes objetivos en esta investigación:

- Observar, desde un caso particular, cómo las redes sociales modificaron los espacios de debate.
- Identificar a las redes sociales como el medio de una nueva era de opinión.
- Analizar cuál es el atractivo de Twitter para la televisión.
- Verificar la efectividad del uso de Twitter en programas de televisión.
- Explicar las pautas que ayudan a tener mayor difusión en redes sociales.

---

<sup>2</sup>IMS Social, "Basic Overview". Disponible en Internet en <https://onedrive.live.com/?cid=e0d516f1f31bc9e1&id=E0D516F1F31BC9E1%21332> Consultado el 10 de diciembre de 2013.



*Periodismo Para Todos* tuvo fuertes repercusiones, y llegó a ser el tema más comentado en Twitter los días que el programa estaba al aire. Es por eso que este caso particular será analizado en busca de cumplir los objetivos de esta investigación y verificar o refutar la hipótesis planteada: El éxito de *Periodismo Para Todos* en Twitter durante 2013 estuvo acompañado por el cumplimiento de la misión y buenas prácticas de la red social.

Con esto, se buscará analizar cómo un programa de televisión logró trasladar su debate a una red social, y tuvo éxito en la misma, es decir, concentró una audiencia que participó activamente y logró ser el tema más comentado en cada emisión. Como señala Eliseo Verón:

“La WWW comporta una mutación en las condiciones de acceso de los actores individuales a la discursividad mediática, produciendo transformaciones inéditas en las condiciones de circulación”<sup>3</sup>.

Esos cambios en las condiciones de circulación de los mensajes, son los que observamos con las redes sociales y el objeto de análisis de esta investigación. Ahora, se puede obtener un *feedback* inmediato de la audiencia, además de nuevas formas de expresión

Lo emergente resulta, cada vez, del surgimiento de un nuevo dispositivo técnico que genera un fenómeno mediático inédito, el cual modifica y complejiza la manera en que se exteriorizan-materializan los procesos cognitivos de la especie.<sup>4</sup>

Esta investigación buscará analizar, desde un caso particular, cómo las redes sociales modifican la interacción entre emisores y receptores, y logran establecer relaciones, respuestas más inmediatas, que generan un valor nunca antes visto.

En el caso de Twitter, sus características principales son la instantaneidad y rapidez con la que un usuario puede conectarse con otro en tiempo real. Es por eso que adquirió gran relevancia en los últimos años, siendo una de las redes sociales más utilizadas en el mundo y en Argentina.

Si bien no existe una fórmula para tener éxito en las redes sociales y en particular en Twitter, desde esa empresa publicaron una serie de prácticas que pueden ayudar a llegar a grandes cantidades de usuarios. Esas pautas

<sup>3</sup> CARLÓN, Mario y FAUSTO NETO, Antonio. Op. cit., p. 14.

<sup>4</sup>Ibidem, p. 9.

aparecerán más adelante en la investigación y servirán como categorías de análisis.

Para analizar el éxito de *Periodismo Para Todos* en Twitter, se tomará como muestra las primeras siete emisiones del 2013. A partir de esos datos, se realizará un análisis cuantitativo y cualitativo de los mensajes que publicó la cuenta de *Periodismo Para Todos* en Twitter, para poder observarlos en las categorías de análisis seleccionadas. En este caso, esas categorías son la Misión y Buenas Prácticas de Twitter, donde se observan las prácticas recomendadas por Twitter para tener éxito en la red social y su relación con el contenido presente en el programa de televisión.

Los mensajes analizados en la red social serán considerados según las tipologías que establece Twitter y también por sus características verbales y no verbales. Además, se utilizarán mensajes fuera de la muestra de distintos usuarios, para establecer como contexto al objeto de análisis. Estos servirán para generar una aproximación a las repercusiones que tuvo *Periodismo Para Todos*.

Esta investigación está dividida en cuatro capítulos. En el primero, aparecerá la explicación de los conceptos espacio público y privado, así como también la aparición de las redes sociales y sus primeros impactos en la sociedad.

En el segundo capítulo se presentará la red social relevante para este análisis, hasta su presencia en Argentina. También, se explicarán las categorías de análisis que aparecerán en la investigación.

El tercer capítulo mostrará todas las emisiones analizadas de *Periodismo Para Todos*, para establecer un contexto y comenzar a entender por qué tuvo tanta repercusión.

En el cuarto capítulo aparecerá el comportamiento de *Periodismo Para Todos* en Twitter y su análisis a través de las categorías que presenta la red social, con el objetivo de establecer una relación entre el éxito del programa y el cumplimiento de las prácticas que propone Twitter.

Esta investigación tiene como objetivo principal, analizar, desde un caso particular, cómo las nuevas redes cambian las condiciones de circulación de los mensajes y las posibilidades que brindan a distintos medios, en este caso un programa de televisión.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR